

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Teori *Uses and gratifications model* adalah teori yang meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang kemudian menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. (Elvinaro, Lukiati, Siti, 2014 : 74). Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media massa terhadap diri seseorang, tetapi teori ini lebih tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. (Elvinaro, Lukiati, Siti, 2014 : 73). Inti dari teori *Uses and gratifications* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif kebutuhan tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif-motif dari khalayak. (Kriyantono, 2006 : 208).

Konsep dasar dari teori ini menurut para pendirinya, Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch, adalah meneliti asal mula dari kebutuhan secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain. (Kriyantono, 2006 : 208). Konsep mengukur motif dan kepuasan ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). *Gratification Sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu (radio, TV, koran). *Gratification Sought* adalah motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media. Sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan yang nyata yang diperoleh seseorang setelah mengonsumsi suatu

jenis media tertentu. Dengan kata lain menurut Palmgreen, *gratification sought* dibentuk dari kepercayaan seseorang mengenai apa yang media dapat berikan dan evaluasi seseorang mengenai isi media (Kriyantono, 2006: 210). Menurut penulis konsumsi seseorang terhadap media tidak lepas dari motif mereka ketika akan mengkonsumsi media tersebut.

Gratification Sought dalam hal ini lebih terfokus untuk mengukur motif audiens dalam mengkonsumsi media apa yang mereka inginkan, setelah mereka mengkonsumsi barulah diukur tingkat kepuasan mereka terhadap tayangan media, hal ini bisa diku dengan menggunakan *gratification obtained*. Namun dalam hal ini penulis hanya fokus kepada apa yang menjadi motif audiens mengkonsumsi media yang mereka gunakan, dan biasanya bermula dari kepercayaan audiens bahwa media yang mereka konsumsi adalah media yang mereka percaya dapat memenuhi apa yang mereka butuhkan.

Media atau saluran dalam komunikasi massa adalah media massa yang merupakan teknologi komunikasi. Media massa terdiri atas media massa cetak dan media massa elektronik. Media massa cetak meliputi surat kabar, majalah dan tabloid. Sedangkan media massa elektronik meliputi massa *audio* / suara yaitu radio dan media *audio visual* / suara dan gambar yaitu televisi dan film (Moerdijati, 2012, p.172). Televisi menyuguhkan visualisasi yang tidak dapat diberikan media massa lain seperti radio dan surat kabar (Kuswandi, 2008, p. 47). Menurut hasil penelitian George Gerbner dan beberapa temannya menyatakan bahwa televisi adalah sistem penceritaan yang terpusat. Televisi telah menjadi bagian dari kehidupan keseharian kita. Drama, iklan, berita dan program lainnya menyajikan dunia gambar dan dunia pesan yang sama yang

relatif menyatu (koheren) ke dalam setiap rumah (Morrison, 2013, p. 518). Dari semua media komunikasi yang ada, televisilah yang paling berpengaruh pada kehidupan manusia (Elvinaro, Lukiati, 2004, p. 125).

Televisi bukan hal baru bagi masyarakat, lewat televisi masyarakat bisa mendapatkan berita sekaligus hiburan, televisi sendiri juga sudah menyuguhkan berbagai macam program kreatif yang dikemas sesuai dengan kebutuhan audiens. Program yang ada dalam televisi pun juga berkembang, dahulu program televisi tidak terlalu banyak, sekarang bermunculan program baru seperti talkshow, variety show, games show, Reality show dan banyak lagi. Melalui banyaknya program kreatif yang muncul di televisi, kemudian mendorong audiens bisa menentukan program mana yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

Pada penelitian ini, penulis ingin mengetahui bagaimana kepuasan motif informasi, motif identitas pribadi, motif integritas dan interaksi sosial, dan motif hiburan remaja Surabaya dalam menonton program *talkshow* Tonight Show di NET TV. Net sendiri adalah stasiun televisi yang baru mengudara di pertengahan tahun 2013. Net sendiri juga memiliki banyak program acara di dalamnya. Seperti program acara berformat *talkshow*, *Entertainment*, *News*, *Net series*, *Net Sitkom*, dan beberapa program lainnya. Penelitian kali ini difokuskan kepada salah satu program talk show di Net TV yaitu Tonight Show. Program acara talk show sendiri adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu seorang pembawa acara (*Host*). Mereka yang diundang dalam hal ini bintang tamu dari program talk show itu sendiri adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan

peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka ahli dalam masalah yang sedang dibahas (Morissan, 2015 : 222).

Program Tonight Show sendiri berhasil menduduki program *talkshow* yang paling banyak ditonton di bulan November-Desember 2016. Survey yang dilakukan Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) ini menunjukkan sebanyak 451 orang telah menonton program ini. Terlampir dalam tabel (lampiran).

Tonight Show adalah salah satu program talkshow yang sedang tayang di NET TV, program ini tayang setiap hari senin-jumat pukul 23.00-00.00. Tonight Show adalah program Talk show malam yang akan memberikan informasi dan hiburan, Bersama Vincent, Desta Dan Hesty Purwadinata serta bintang tamu dari berbagai kalangan. Tidak hanya mendapat jumlah penonton terbanyak dalam versi survey yang dilakukan KPI, akun *Social media* milik Tonight Show pun juga mendapat nilai pelanggan dan pengikut yang tinggi, seperti halnya jumlah akun yang berlangganan situs *youtube* “Tonight Show” telah mencapai angka 136.067 pelanggan.

Selain di situs *youtube*, Tonight Show juga memiliki akun media sosial yang lain. Seperti halnya, *Twitter* dan *Facebook*. Di akun *twitter* miliknya, jumlah angka *followersnya* mencapai angka 157k. Fenomena lain yang dimiliki talk show tonight show tidak hanya disitu saja. Jika format program talk show akan cenderung berbincang-bincang mengenai topik tertentu, Tonight Show tidak hanya menghadirkan itu dalam programnya. Format talk show yang diusung oleh Tonight Show dikemas lebih *fun*, santai, dan sangat menghibur audiensnya. Dalam tonight show selain pembawa acara menguk informasi dari bintang tamu, tidak jarang dalam tayangannya, talk show ini menghadirkan

segmen *games* untuk bintang tamunya, selain itu juga memberikan tips yang berkaitan dengan topik yang diperbincangkan, tips tersebut disampaikan oleh Hesti Purwadinata, dan biasanya dikemas dengan santai, dan dikemas dengan lelucon konyol. Hal ini menjadi pembeda yang sangat terlihat dalam program talk show Tonight Show ini.

KPI juga menetapkan standar bagi program-program siaran di Indonesia, semua program memiliki standar sebesar 4.00 untuk dapat dikatakan program tersebut memenuhi standar yang ditetapkan oleh KPI. KPI juga membagi standar lainnya yang dinilai oleh ahli-ahli yang dimiliki KPI. Standar lain itu meliputi, pengawasan, meningkatkan daya krisis, kepentingan publik, independen, keseimbangan, tidak menghakimi, menghormati narasumber, interaktif. Pada program Tonight Show peneliti akan memfokuskan kepada fokus kategori independen yang didapatkan oleh Tonight Show menurut KPI, peneliti hanya memfokuskan pada kategori tersebut karena menurut peneliti dalam kategori ini Tonight Show dapat menunjukkan ciri khas yang beda dengan program talk show lainnya, dan Tonight Show juga mendapat *score* sebesar 3,68. Seperti yang ada di tabel I.3 (lampiran 1).

Jika dilihat dari tabel yang terlampir pada lampiran(gambar I.3), penilaian KPI mengenai aspek independen untuk program Tonight Show bukan score yang tertinggi, untuk kategori independen Tonight Show menduduki peringkat keempat dibanding program talk show lainnya. Oleh karena itu peneliti juga akan memperlihatkan keunggulan dari program Tonight Show secara rating dibanding dengan program lain yang nilainya lebih tinggi dalam aspek independen menurut survey KPI. Berikut akan dicantumkan rating

program-program yang nilai aspek independennya lebih tinggi dari Tonight Show namun secara rating memiliki perbedaan nilai dibanding dengan score yang diperoleh melalui survey yang dilakukan KPI.

Penelitian ini, hanya difokuskan peneliti kepada remaja yang ada di Surabaya. Karena menurut survey yang dilakukan oleh Nielsen, jumlah penonton remaja di Surabaya pada program Tonight Show adalah jumlah penonton terbanyak, dan termasuk pada klasifikasi penonton yang sangat efektif.. Fokus penelitian kali ini difokuskan kepada remaja di Surabaya, remaja sendiri adalah suatu usia di mana individu menjadi terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa, suatu usia di mana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar (Ali dan Asrori, 2010, p. 9). Masa remaja, secara umum dapat dibagi menjadi tiga bagian, Masa remaja awal (12-15 tahun) mulai menerima dan berusaha mengembangkan diri sendiri, masa remaja pertengahan (15-18 tahun) Mulai memiliki pola pikir yang baru, mulai mengembangkan kematangan tingkah laku, belajar mengendalikan diri, membuat keputusan sendiri, masa remaja akhir (19-22 tahun) Mulai memasuki peran sebagai orang dewasa, mulai menetapkan tujuan, dan mengembangkan *personal identity*. (Agustiani, 2006, p. 29).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka penelitian merumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Apakah ada kepuasan motif informasi pada penonton remaja di Surabaya menonton program talkshow “Tonight Show” NET TV ?

2. Apakah ada kepuasan motif identitas pribadi pada penonton remaja di Surabaya menonton program talkshow “Tonight Show” NET TV ?
3. Apakah ada kepuasan motif integritasi dan interaksi sosial pada penonton remaja di Surabaya menonton program talkshow “Tonight Show” NET TV ?
4. Apakah ada kepuasan motif hiburan pada penonton remaja di Surabaya menonton program talkshow “Tonight Show” NET TV ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kepuasan motif informasi pada penonton remaja di Surabaya menonton program talkshow “Tonight Show” Net TV. Serta kepuasan yang di peroleh setelah menonton acara tersebut
2. Untuk mengetahui kepuasan motif identitas pribadi pada penonton remaja di Surabaya menonton program talkshow “Tonight Show” Net TV. Serta kepuasan yang di peroleh setelah menonton acara tersebut
3. Untuk mengetahui kepuasan motif integritas dan interaksi sosial pada penonton remaja di Surabaya menonton program talkshow “Tonight Show” Net TV. Serta kepuasan yang di peroleh setelah menonton acara tersebut
4. Untuk mengetahui kepuasan motif hiburan pada penonton remaja di Surabaya menonton program talkshow “Tonight Show” Net TV. Serta kepuasan yang di peroleh setelah menonton acara tersebut

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini untuk berbagai pihak adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi para penelitian di bidang komunikasi untuk mengembangkan teori-teori dan metodologi yang berkaitan erat dengan kepuasan dari media massa khususnya acara televisi dengan mengaplikasikan teori *uses & Gratification* serta nilai harapan terkait *gratification sought & gratification obtained*.

2. Manfaat Praktis

- (a) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan positif sebagai bahan rujukan dan evaluasi atas program acara talkshow “Tonight Show” di NET TV
- (b) Selain itu penelitian ini dapat digunakan sebagai masukan atau referensi bagi NET TV mengenai tingkat kepuasan penonton remaja Surabaya melalui program acara Talkshow “Tonight Show” serta untuk menayangkan acara televisi yang lebih berkualitas di masa yang mendatang.